

Revue de Presse - Le Figaro (Propriété de France)

“IL Y A UNE MAGIE DU VIN, MAIS ELLE EST EXIGEANTE”

PAR NICOLAS DE ROUYN

Stéphane Paillard est-il un agent immobilier ? Oui, il se charge de la transaction de propriétés. Non, il est avant tout un œnologue... Mais alors, le Bureau Viticole, qu'est-ce que c'est ?

A 44 ans, dont quinze passés à courir le vignoble français à la recherche de propriétés à vendre, Stéphane Paillard est un personnage atypique dans le monde de l'immobilier haut de gamme. Installé depuis quelques années à Saint-Rémy de Provence, il anime désormais le Bureau Viticole. Le choix de cette spécialisation ne doit rien à l'opportunité et tout à la vocation, des histoires d'enfance en Provence. Il parle avec une rafraîchissante franchise de ce marché de passionnés.

Le Bureau Viticole, vous appelez ça un concept ?

Oui. Le marché s'est réveillé dans les années 80 avec l'apparition d'une nouvelle sorte d'investisseurs. Il s'agissait essentiellement d'industriels qui agissaient à titre privé, pour leur compte, et qui étaient à la recherche d'un certain type de services qui dépassait de beaucoup ce qui se pratiquait alors. Ces investisseurs étaient des néophytes du vin, ils avaient besoin d'une assistance différente et c'est dans le cadre de l'émergence de cette demande que j'ai créé le Bureau Viticole dans la région Languedoc-Roussillon avant de m'installer finalement ici, en Provence.

C'était nouveau ?

A l'époque, les agences immobilières vendaient des domaines viticoles en complément de leurs gammes de propriétés habituelles. Se spécialiser a été une démarche nouvelle. Dans cet esprit, nous avons une façon de travailler très différente. Par exemple, nous représentons un domaine si nous en avons l'exclusivité renouvelable sur des mandats de longue durée. Ainsi, nous avons pratiquement toujours vendu les propriétés qui nous étaient confiées. Notre intervention dépasse largement le cadre de la simple négociation-vente et nous avons mis en place les structures d'accompagnement nécessaires à l'acquéreur pour prendre le relais dans les meilleures conditions, voire pour restructurer son exploitation. Pour répondre à la demande de notre clientèle à la recherche de propriétés clés en mains, nous nous sommes entourés au fil des années, d'une équipe restreinte et fiable de professionnels dans le domaine de l'œnologie, de la fiscalité, du droit rural et de l'architecture.

Vous devez être très sollicités ?

Oui, mais nous ne retenons qu'un très petit nombre de domaines. Sur une quinzaine que nous visitons, nous n'en "prenons" le plus souvent aucun, parfois un, exceptionnellement deux. Ce qui explique que nous n'avons pas au fond des tiroirs de ces affaires invendables comme il en traîne sur le marché. Nous



"Si l'on veut faire du vin avec de l'argent, on ne fera jamais d'argent avec le vin."

ne sélectionnons que les domaines qui correspondent à notre clientèle.

Sur quelles bases ?

Ma spécialisation s'est imposée naturellement au cours du temps, un peu à l'image de ce que j'aime en matière de vins. Il y a les vins d'émotion et les vins d'expression et les propriétés que nous représentons correspondent à l'une ou l'autre de ces "appellations". Un vin d'émotion, c'est celui qui est à l'image de son propriétaire. Au risque de vous surprendre, l'élaboration d'un vin est le fruit de l'addition d'une somme de détails. Un peu comme l'achat d'une propriété. S'il manque 2 à 5 % de détails, vous sortez du vin exceptionnel pour un bon vin. S'il en manque 10 à 15 %, vous aurez un vin sans vice ni vertu, un banal petit vin moyen. C'est là que le propriétaire est très important, sa faculté à gérer ces détails, sa culture, son envie de faire bien, etc. C'est dans tous ces détails que le vin est à l'image de celui qui le fait. Un vin d'expression c'est un vin qui a du caractère et, particulièrement celui de sa région. Ici, c'est un vin qui va exprimer la culture provençale, des odeurs, la garrigue, une certaine nervosité. Ce ne sont pas des vins mondains ou connus, ce sont des vins simples. Quand on arrive dans une propriété, on sent ce qu'elle dégage d'émotion ou d'expression. Au fond, notre créneau, c'est la résidence du vin. Lui, il est le grand spécialiste de l'immobilier de caractère en Provence et moi, j'ai des compétences et une certaine technicité dans le domaine du vin. C'est notre complémentarité qui explique que nous ayons, ensemble, un certain succès.

Il paraît, oui ! La "résidence du vin", c'est une jolie formule...

Pas seulement. Cette approche présente plusieurs aspects qui répondent à la recherche et aux aspirations, qui ne sont, d'ailleurs, pas toujours comprises, de celui ou celle qui vient nous consulter. L'agrément, une certaine recherche dans la qualité de la vie, l'attraction pour le mythe du vin, un professionnalisme rigoureux à toutes les étapes, la garantie d'une affaire juste en termes de prix et un vrai réalisme qui tend justement à démystifier l'univers du vin. Il faut bien comprendre les motivations de ceux qui viennent nous voir pour

LE BUREAU VITICOLE

*Siège social : 45, Boulevard Victor Hugo - 13210 Saint Rémy de Provence - France
Tel : 00 33 (0)810 811 316 - Fax : 00 33 (0)490 92 48 09 - E-mail : bv@bureauviticole.fr*

Revue de Presse - Le Figaro (Propriété de France)

“IL Y A UNE MAGIE DU VIN, MAIS ELLE EST EXIGEANTE”

PROPOS RECUEILLIS PAR NICOLAS DE ROUYN

opérer le juste rapprochement en termes de coup de cœur entre une propriété et un acheteur potentiel, un peu comme une agence matrimoniale. Travailler autour de la table avant de commencer à visiter des domaines. Pour un domaine, il y a une, peut-être deux personnes, qui sont des acquéreurs qui lui correspondent. Une de nos caractéristiques est que nous faisons très peu de visites. Mes clients n'ont pas de temps à perdre et moi non plus. Nous avons récemment vendu le château Crémade à Aix-en-Provence dans l'A.O.C. Palette en quatre visites pas plus, sur deux ans. De même, deux visites ont suffi pour réaliser la vente d'un vignoble d'exception en Bourgogne. Pourtant, il s'agissait d'un investissement de l'ordre de 55 millions de francs.

Vous vendez des vignobles partout en France ?

Notre secteur naturel, c'est la Provence, bien sûr. Puis les régions qui l'entourent, la vallée du Rhône, le Languedoc et, plus loin, la Bourgogne ou d'autres, quand on nous appelle.

Beaucoup de gens cherchent des vignobles ?

Nous avons en moyenne deux ou trois contacts par jour. C'est à moi de comprendre si la personne qui vient me voir est vraiment mûre pour une acquisition ou si elle en est qu'au stade d'une envie encore vague. Si j'ai bien compris ce qu'elle cherche et si cette personne est prête à franchir le pas, je ne devrais lui présenter que deux à trois affaires.

Les vignobles se vendent vite ?

Non. Ils se vendent à leur rythme. Pour la plupart, il faut compter trois à quatre ans. Un à trois ans de préparation, pour régler les problèmes qui peuvent apparaître, successions, indivisions, problèmes financiers parfois ou de cadastre même. Il faut véritablement faire le ménage et remettre toutes les choses au propre avant d'envisager la mise sur le marché. Puis, il nous faut entre six et trente-six mois pour finaliser la vente dans de bonnes conditions pour tout le monde. On a beau mettre la technicité la plus pointue au service d'une transaction, et je peux dire que je suis maniaque à cet égard, il faut que la rencontre s'opère entre un domaine et un investisseur, sinon...

Qu'est-ce que c'est qu'une technicité pointue ?

Nous mettons en place une batterie d'expertises faites par des professionnels agréés auprès des tribunaux sur l'ensemble des points qui composent un domaine pour valider de A à Z la qualité du choix d'une propriété. Ces experts sont choisis par le client mais rémunérés par nous, sur nos honoraires. Ainsi, tout est parfaitement clair et la transaction est saine. Nous n'avons rien à cacher. C'est une philosophie de travail qui nous met à l'abri des soucis ultérieurs. D'ailleurs, c'est normal puisque nous considérons que nous n'avons pas droit à l'erreur.

Vous cultivez le secret ?

Le confidentiel, oui. Je ne travaille que dans la plus totale discrétion tant au niveau des vendeurs qu'au niveau des acheteurs. Ce n'est pas une recette, c'est ma manière d'être.

Au fait, acheter un vignoble, c'est un fantasme ou pas ?

Tout dépend des motivations. Il y a un mythe du vin, c'est clair et il est plutôt masculin. Si l'approche n'est pas trop financière, pas trop déshumanisée, si la recherche n'est pas basée sur des ratios de rentabilité à court terme, on peut envisager une acquisition. Sinon, l'investissement est voué à l'échec. On peut toujours investir follement dans la technologie, faire des chais pharaoniques, employer les plus grands œnologues, tout ceci ne suffira jamais, le vin est un produit qui nécessite que l'on s'en occupe. Si l'on se contente de faire du vin avec de l'argent, on ne fera jamais d'argent avec du vin. L'expression "élever un vin" n'est pas là par hasard et elle n'est pas trop forte. Il faut une sensibilité, il faut un projet, il faut la reconnaissance des caractères régionaux. Mieux qu'un fantasme, il y a une magie du vin. Mais elle est exigeante.

Et il faut pouvoir revendre...

Exact. Si l'on consent des investissements sans rapport avec la propriété et que, pour une raison ou une autre, il faille remettre la propriété sur le marché, on est sûr d'y laisser sa chemise ! Investir raisonnablement, c'est se garantir de rester liquide. Parfois, d'ailleurs, et notamment en Provence, il est préférable de privilégier ces investissements de restructuration sur la partie immobilière d'un domaine plutôt que sur l'outil de production proprement dit.

Ce marché a-t-il un avenir ?

Il a un avenir exceptionnel. Je ne parle pas du marché du vin mais de celui des propriétés viticoles. Je ne m'engagerai jamais sur le marché du vin, qui est mondial et très assujéti aux fluctuations économiques internationales, personne ne peut prévoir les évolutions en termes macro-économiques. En revanche, de plus en plus de gens veulent acquérir une propriété viticole parce que, au-delà de la rentabilité au bilan, c'est un investissement patrimonial remarquable sur le long terme. Ce qu'on appelle justement un placement de bon père de famille, susceptible de surcroît d'assouvir un projet, une passion et de procurer du plaisir. Dans la mesure où l'investissement est fait avec beaucoup de précautions. Ce que je m'efforce de réaliser...

LE BUREAU VITICOLE

*Siège social : 45, Boulevard Victor Hugo - 13210 Saint Rémy de Provence - France
Tel : 00 33 (0)810 811 316 - Fax : 00 33 (0)490 92 48 09 - E-mail : bv@bureauviticole.fr*